

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Daya saing ekspor udang Indonesia memiliki daya saing yang kuat dengan nilai RCA Indonesia ke negara tujuan lebih dari satu, yaitu yang Pertama Negara Jepang dengan rata-rata 42.11 , Amerika Serikat dengan rata-rata 26.67 , China dengan rata-rata 15.77 dan Belanda dengan rata-rata terendah yaitu 6,50
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor udang dengan koefisien positif dan signifikan adalah variabel Produksi Udang, Harga udang, Income Perkapita dan Nilai Tukar. Koefisien positif menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikansi kurang dari 0,05 maka berpengaruh nyata
3. Strategi untuk meningkatkan daya saing dibutuhkan dukungan inovasi teknologi dan kelembagaan yang memadai, pengendalian jumlah penawaran ekspor untuk dapat menjaga stabilitas harga ekspor udang Indonesia, dan mampu menstabilkan nilai tukar rupiah.

5.2 Saran

Perlu dilakukan promosi ekspor dan inovasi pada udang Indonesia sehingga pertumbuhan produk udang Indonesia kembali dinamis. Untuk meningkatkan nilai ekspor udang Indonesia, setidaknya pemerintah melakukan dua upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas ekspor udang Indonesia. Cara pertama dengan mendorong volume atau nilai ekspor Indonesia. Cara ini merupakan strategi yang sifatnya *pre-market* dan *pull-market*, artinya

strategi tersebut dilakukan sebelum produk masuk pasar atau konsumen dan menghasilkan suatu permintaan pasar. Cara yang kedua adalah mengurangi semaksimal mungkin ekspor udang yang mengalami penolakan di negara tujuan ekspor. Semakin sedikit produk nasional yang ditolak di negara tujuan ekspor maka akan semakin menambah volume atau nilai ekspor. Selain itu standar mutu tersebut harus diharmonisasikan dengan spesifikasi yang diminta oleh negara konsumen.

Peningkatan sarana dan prasarana yang dapat mendukung informasi perdagangan udang dunia. Harga ekspor komoditas merupakan variabel yang berpengaruh terhadap daya saing udang Indonesia. Perubahan pada harga komoditas yang ditawarkan akan memengaruhi besarnya permintaan ekspor dari masing-masing negara tujuan.